

“SMART ENTREPRENEUR” PROGRAM PENINGKATAN KAPASITAS MANAJERIAL DAN DIGITAL MARKETING UMKM

Ni Putu Ayu Sintya Saraswati^{1,*}, Lala Aulia Septiani², Olivia Dapa³

^{1,2,3}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: sintyasaraswati@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajerial dan digital marketing pada UMKM Gopala Stone Carver melalui pendekatan *Smart Entrepreneur* Program. UMKM ini merupakan usaha kerajinan batu khas Bali yang memiliki potensi besar dalam mendukung ekonomi kreatif dan sektor pariwisata, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usaha dan pemanfaatan teknologi digital. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tahap observasi, perencanaan program, implementasi dan pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku usaha dalam aspek manajerial, seperti pencatatan keuangan dan pengelolaan pesanan, serta peningkatan pemanfaatan digital marketing melalui pembuatan website dan media promosi. Selain itu, program ini juga mampu meningkatkan visibilitas usaha dan memperkuat *branding* produk. Dengan demikian, *Smart Entrepreneur* Program terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM serta mendorong adaptasi terhadap perkembangan ekonomi digital.

Kata Kunci: UMKM, *Smart Entrepreneur*, Manajerial, Digital Marketing, Pengabdian Masyarakat.

ANALISIS SITUASI

UMKM Gopala Stone Carver yang berlokasi di Desa Batubulan, Kabupaten Gianyar merupakan salah satu pelaku usaha di sektor kerajinan batu yang memiliki potensi besar dalam mendukung ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Produk yang dihasilkan memiliki nilai seni tinggi dan berkontribusi terhadap ekonomi digital, UMKM ini masih menghadapi berbagai kendala yang menghambat peningkatan daya saing usaha. Permasalahan utama yang dihadapi terletak pada aspek manajerial dan pemasaran. Dari sisi manajerial, pengelolaan usaha masih dilakukan secara sederhana, terutama dalam pencatatan keuangan dan pengelolaan operasional. Kondisi ini sejalan dengan temuan (Hapsari et al., 2019) yang menyatakan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia belum memiliki sistem pembukuan yang baik, sehingga menyulitkan dalam pengambilan keputusan usaha. Keterbatasan ini berdampak pada kurang optimalnya perencanaan dan pengendalian usaha. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran juga masih belum optimal. UMKM masih cenderung mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum memaksimalkan penggunaan media digital. Digital marketing terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar (Budiarti et al., 2024a). Rendahnya literasi

digital menjadi salah satu faktor yang menghambat penerapan strategi pemasaran berbasis teknologi (Hidayat & Akbar, 2024). Kondisi tersebut juga diperkuat oleh penelitian (Irawati & et al., 2024) yang menyatakan bahwa pemanfaatan media digital oleh UMKM masih bersifat terbatas dan belum terintegrasi dengan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, kurangnya pendampingan dan pelatihan menjadi faktor penghambat dalam meningkatkan kapasitas digital pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan investasi berupa program penguatan kapasitas yang mampu menjawab kebutuhan tersebut secara komprehensif.

Dalam konteks ini, pendekatan *Smart Entrepreneur* menjadi solusi yang relevan dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM. Pendekatan ini mengintegrasikan kemampuan manajerial dan pemanfaatan teknologi digital dalam satu kesatuan strategi pengembangan usaha. Penelitian oleh (Varadisa & Ridho, 2023) menunjukkan bahwa pendampingan berbasis digital marketing dan *branding* mampu meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan. Selain itu, pengembangan website sebagai media digital juga terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas usaha (Nasution & Al-Kowarizmi, 2024). Berdasarkan analisis situasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa UMKM memerlukan program penguatan kapasitas yang terintegrasi antara aspek manajerial dan digital marketing. Oleh karena itu, pelaksanaan program pengabdian masyarakat melalui pendekatan *Smart Entrepreneur* Program diharapkan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi pada UMKM Gopala Stone Carver yang berlokasi di Desa Batubulan, Kabupaten Gianyar, diketahui bahwa terdapat beberapa permasalahan utama yang berkaitan dengan pengelolaan usaha dan pemanfaatan teknologi digital. Permasalahan tersebut mencerminkan kondisi umum UMKM yang masih menghadapi keterbatasan dalam aspek manajerial dan pemasaran berbasis teknologi. Secara khusus, permasalahan yang diidentifikasi meliputi rendahnya kapasitas manajerial pelaku usaha, terutama dalam hal perencanaan usaha, pencatatan keuangan, dan pengelolaan operasional yang masih dilakukan secara sederhana. Selain itu, pemanfaatan digital marketing juga belum optimal, ditandai dengan belum maksimalnya penggunaan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi usaha yang dimiliki dengan kemampuan dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara modern. Berdasarkan uraian tersebut, maka perumusan masalah dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam penerapan digital marketing untuk mendukung pemasaran produk UMKM?
2. Apa saja kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam mengimplementasikan konsep *Smart Entrepreneur* berbasis manajemen modern dan teknologi digital?

3. Bagaimana strategi yang efektif untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan pelaku UMKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan hasil analisis situasi pada UMKM Gopala Stone Carver di Desa Batubulan Kabupaten Gianyar, solusi yang ditawarkan difokuskan pada penguatan kapasitas manajerial dan digital marketing pendekatan *Smart Entrepreneur Program*. Solusi yang diberikan meliputi digitalisasi usaha melalui penyediaan media visual seperti poster dan katalog produk, serta pendampingan manajerial sederhana berupa pencatatan pesanan dan edukasi pemisahan keuangan usaha dan pribadi. Pendekatan ini dilaksanakan secara partisipasi dan berkelanjutan agar pelaku usaha mampu mengimplementasikan secara langsung keterampilan yang diperoleh. Dengan demikian, solusi yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan visibilitas usaha, memperbaiki sistem pengelolaan, serta memperkuat daya saing UMKM secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Gopala Stone Carver di Br. Tegaltamu, Desa Batubulan, Kabupaten Gianyar dilaksanakan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Observasi dan Identifikasi Masalah

Tahap ini bertujuan untuk memperoleh gambaran kondisi nyata usaha. Tim melakukan observasi langsung ke lokasi UMKM serta wawancara dengan pemilik usaha untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi. Fokus utama observasi meliputi sistem pengelolaan usaha, pencatatan keuangan, serta strategi pemasaran yang digunakan. Hasil dari tahap ini menjadi dasar dalam menentukan solusi yang tepat.



Gambar 1. Observasi serta mengidentifikasi masalah UMKM di sekitar Desa Batubulan

2. Tahap Implementasi dan Pendampingan

Tahap ini merupakan inti dari kegiatan pengabdian. Tim melaksanakan program yang telah dirancang, meliputi digitalisasi usaha melalui pembuatan website berbasis Google Sites, penguatan *branding* melalui pembuatan poster dan katalog produk, serta pendampingan manajerial sederhana seperti pencatatan pesanan dan pengelolaan keuangan. Kegiatan dilakukan secara langsung dengan melibatkan mitra agar terjadi transfer pengetahuan dan keterampilan secara efektif.



Gambar 2. Implementasi serta pendampingan kepada mitra UMKM

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap akhir dilakukan untuk menilai keberhasilan program yang telah dilaksanakan. Monitoring dilakukan secara berkala untuk melihat perkembangan implementasi program oleh mitra. Selanjutnya, evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan yang telah diperoleh, serta mengidentifikasi kendala yang masih dihadapi. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar dalam memberikan rekomendasi untuk pengembangan usaha ke depan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat pada UMKM Gopala Stone Carver di Desa Batubulan, Kabupaten Gianyar melalui pendekatan *Smart Entrepreneur Program* menunjukkan hasil yang positif. Pada aspek digitalisasi, telah berhasil dibuat website berbasis Google Sites yang berfungsi sebagai media informasi dan promosi usaha, sehingga meningkatkan visibilitas UMKM secara online. Pada aspek *branding*, pembuatan media promosi berupa poster dan katalog produk memberikan dampak terhadap peningkatan tampilan visual usaha menjadi lebih profesional dan menarik. Selain itu, dalam aspek manajerial, pelaku usaha mulai menerapkan pencatatan pesanan secara lebih sistematis serta memahami pentingnya pemisahan keuangan usaha dan pribadi. Secara umum, terjadi peningkatan

pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam mengelola usaha serta memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa program yang dilaksanakan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kapasitas usaha.



Gambar 3. Evaluasi Kegiatan di UMKM Mitra

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi usaha melalui pembuatan website dan media promosi digital mampu meningkatkan visibilitas serta jangkauan pemasaran UMKM. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Budiarti et al., 2024). yang menyatakan bahwa digital marketing dapat meningkatkan daya saing dan penjualan produk UMKM. Selain itu, penggunaan website sebagai media promosi juga terbukti efektif dalam memperluas akses pasar (Nasution & Al-Kowarizmi, 2024). Dari aspek manajerial, pendampingan dalam pencatatan keuangan sederhana memberikan dampak positif terhadap pemahaman pelaku usaha dalam mengelola keuangan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Hapsari et al., 2019) yang menegaskan bahwa pengelolaan keuangan yang baik merupakan faktor penting dalam keberlanjutan usaha.

Lebih lanjut, pendekatan *Smart Entrepreneur* yang mengintegrasikan aspek manajerial dan digital marketing terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas UMKM secara menyeluruh. Pendampingan yang dilakukan secara langsung dan partisipasi juga mendukung proses transfer pengetahuan yang lebih optimal, sebagaimana dijelaskan oleh (Julia & et al., 2024) bahwa program pendampingan berbasis praktik mampu meningkatkan keterampilan pelaku usaha secara signifikan. Dengan demikian, hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa intervensi yang terintegrasi antara digitalisasi dan penguatan manajerial dapat menjadi solusi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.



Gambar 4. Hasil Kegiatan UMKM di Gopala Stone Carver

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui pendekatan *Smart Entrepreneur* Program pada UMKM Gopala Stone Carver di Desa Batubulan, Kabupaten Gianyar, dapat disimpulkan bahwa program yang dilaksanakan mampu meningkatkan kapasitas pelaku usaha, khususnya dalam aspek manajerial dan digital marketing. Implementasi digitalisasi usaha melalui pembuatan website serta penguatan *branding* melalui media promosi memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas dan citra usaha. Selain itu, pendampingan manajerial sederhana juga mendorong peningkatan pemahaman pelaku usaha dalam pengelolaan keuangan dan pencatatan usaha yang lebih terstruktur. Secara keseluruhan, pendekatan yang terintegrasi ini terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM serta mendorong adaptasi terhadap perkembangan ekonomi digital.

Sehubungan dengan hal tersebut, pelaku usaha diharapkan dapat terus menerapkan dan mengembangkan sistem manajerial serta strategi digital marketing secara konsisten. Selain itu, diperlukan pendampingan lanjutan guna memastikan keberlanjutan program dan peningkatan kapasitas usaha secara berkelanjutan. Kegiatan pengabdian serupa juga diharapkan dapat diperluas dengan pendekatan yang lebih inovatif agar mampu memberikan kontribusi yang lebih optimal bagi pengembangan UMKM di wilayah Kabupaten Gianyar.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarti, L. , Mellinia, S. P. , & Fadhila, L. S. ,. (2024a). Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*.
- Budiarti, L. , Mellinia, S. P. , & Fadhila, L. S. ,. (2024b). Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*.

- Hapsari, D. P. , Andari, & Hasanah, A. N. (2019). Model pembukuan sederhana bagi UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Hidayat, M. , & Akbar, I. (2024). Pelatihan digital marketing bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Irawati, T. N. , & et al. (2024). Optimalisasi digital marketing UMKM. *Al-Khidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Julia, A. , & et al. (2024). Penguatan digital marketing serta pembuatan portal digital UMKM. *Abdi: Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*.
- Nasution, M. A. , & Al-Kowarizmi. (2024). Pengembangan website dan digital marketing untuk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Larisma*.
- Varadisa, A. Q. , & Ridho, W. F. (2023). Pendampingan digital marketing guna meningkatkan branding UMKM. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.